COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 30 juillet 2015

Mediametrie

L'audience de l'internet en France en juin 2015

1 Français sur 5 sur les sites d'emploi

En juin 2015, 13,6 millions d'internautes ont consulté au moins une fois un site dédié à l'emploi, soit 22% des Français. Cela représente une augmentation de 11,4% par rapport à mai 2015. Chaque jour, 1,5 million d'internautes ont visité au moins un de ces sites, chacun y consacrant en moyenne près de 9 minutes.

Les internautes privilégient la semaine pour consulter les sites d'Emploi / Carrière. En moyenne, chaque jour du lundi au vendredi, 1,7 million d'internautes se sont connectés à ces sites contre 975 000 chaque jour du week-end. On observe un pic d'audience en début de semaine : en moyenne ils étaient 1,9 million de visiteurs uniques les lundis et 1,8 million les mardis.

Les femmes sont plus nombreuses que les hommes sur les sites d'Emploi / Carrière: 54,5% de l'audience en juin 2015. Quant aux 25-34 ans, ce sont les internautes qui sont les plus enclins à se rendre sur ces sites : ils composent 23,7% de l'audience de ces sites alors qu'ils constituent 14,6% des internautes en France.

L'Île-de-France est la région où l'on recense le plus d'internautes sur les sites d'Emploi / Carrière : ces derniers représentent 16,5% de l'audience de ces sites. Néanmoins en pourcentage de la population, les régions où les internautes ont le plus tendance à se rendre sur ces sites sont : Midi-Pyrénées, Haute-Normandie, Champagne Ardenne, Aquitaine et Pays de la Loire.

En tête des sites d'Emploi / Carrière les plus consultés, on retrouve le site institutionnel du Pôle Emploi avec 6 millions de visiteurs uniques, suivi de 2 pure players, Indeed et Leboncoin.fr Emploi.

Top 10 des sites d'Emploi / Carrière les plus consultés en juin 2015

Rang	Marques	Visiteurs uniques par mois	Couverture internaute mensuelle (%)
1	Pole Emploi	6 013 000	12,7
2	Indeed	1 943 000	4,1
3	Leboncoin.fr Emploi - TS OJD	1 567 000	3,3
4	Cadremploi - TS OJD	1 144 000	2,4
5	Meteojob - TS	1 038 000	2,2
6	Monster - TS	1 032 000	2,2
7	JuriTravail.com	822 000	1,7
8	APEC	773 000	1,6
9	CIDJ	725 000	1,5
10	Keljob - TS OJD	680 000	1,4

Source : Médiamétrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – juin 2015 – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Le Top 50 des Groupes les plus visités en France

P

Rang	Groupes	Visiteurs Uniques par mois
1	Google	41 165 000
2	Microsoft	35 028 000
3	Facebook	26 355 000
4	Orange	21 756 000
5	Solocal Group	20 176 000
6	CCM Benchmark Group	19 970 000
7	Webedia	19 253 000
8	Wikimedia Foundation	18 893 000
9	Schibsted	17 296 000
10	Amazon	16 480 000
11	Groupe Lagardere	15 558 000
12	Iliad	15 308 000
13	Yahoo	13 735 000
14	Groupe Auchan	13 034 000
15	Groupe Figaro	12 755 000
16	M6	12 700 000
17	Groupe Le Monde	12 352 000
18	La Poste	11 981 000
19	Groupe Credit Agricole	11 906 000
20	Groupe TF1	11 824 000
21	Prisma Media	11 756 000
22	Vivendi	11 285 000
23	Groupe Amaury	10 875 000
24	Groupe Casino	10 831 000
25	francetélévisions	10 574 000
26	Gouvernement Francais	10 530 000
27	Groupe Numericable - SFR	10 419 000
28	auFeminin	9 868 000
29	Association VideoLAN	9 758 000
30	eBay	9 608 000
31	Ministere de l Education Nationale	9 359 000
32	Apple Computer	9 289 000
33	Dailymotion	9 238 000
34	Adobe	8 887 000
35	Meteo France	8 857 000
36	Roularta	8 820 000
37	Next Radio TV	8 723 000
38	SNCF France	8 377 000
39	Ministere de l Economie des Finances et de l Industrie	8 029 000
40	Fnac	8 001 000
41	Michelin	7 340 000
42	Societe Generale	6 745 000
43	20 Minutes France	6 672 000
44	Mondadori	6 603 000
45	Carrefour	6 601 000
46	Assurance Maladie	6 345 000
47	La Redoute	6 292 000
48	OTTO	6 285 000
49	Dropbox	6 121 000
50	Pole Emploi	6 014 000

Source : Médiamétrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – juin 2015 – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

mediametrie // NetRatings

L'audience de l'internet en France en juin 2015

Le Top 50 des Sites les plus visités en France

Rang	Marques B	Visiteurs uniques par mois	Visiteurs uniques par jour
1	Google	40 141 000	15 926 000
2	Facebook	26 154 000	8 264 000
3	Microsoft	23 636 000	3 197 000
4	YouTube	23 198 000	3 925 000
5	Orange - T	19 967 000	5 426 000
6	Wikipedia	18 646 000	2 032 000
7	Windows Live	17 549 000	3 003 000
8	Leboncoin.fr - TS OJD	17 277 000	2 944 000
9	Amazon	16 160 000	1 745 000
10	PagesJaunes	15 731 000	1 423 000
11	Skype	15 710 000	4 958 000
12	Free	14 721 000	1 814 000
13	Yahoo - T	12 271 000	2 467 000
14	France Televisions - TS OJD	10 574 000	935 000
15	Blogger	10 049 000	827 000
16	Cdiscount	10 006 000	801 000
17	SFR	9 767 000	1 856 000
18	Videolan	9 758 000	1 397 000
19	CommentCaMarche - TS	9 562 000	588 000
20	Linternaute.com - TS	9 372 000	571 000
21	Apple	9 289 000	1 241 000
22	Dailymotion - TS	9 238 000	659 000
23	Le Figaro - TS OJD	9 210 000	895 000
24	Outlook (Outlook.com)	9 207 000	2 244 000
25	Meteo France - TS	8 857 000	1 137 000
26	Adobe	8 729 000	620 000
27	MSN - T	8 359 000	1 704 000
28	Credit Agricole	7 984 000	1 544 000
29	Fnac	7 927 000	558 000
30	OverBlog	7 879 000	524 000
31	Le Monde - TS OJD	7 868 000	825 000
32	Mappy - TS OJD	7 723 000	509 000
33	Service-Public.fr - TS OJD	7 641 000	434 000
34	AlloCine - TS	7 531 000	623 000
35	impots.gouv.fr	7 308 000	415 000
36	eBay	7 205 000	897 000
37	Voyages-Sncf.com	6 968 000	507 000
38	Bing	6 920 000	938 000
39	Tele Loisirs - TS OJD	6 757 000	916 000
40	ViaMichelin - TS	6 599 000	452 000
41	20minutes.fr - TS OJD	6 571 000	557 000
42	Le Parisien - TS OJD	6 480 000	511 000
43	Assurance Maladie	6 345 000	495 000
44	Marmiton - TS	6 309 000	350 000
45	L Express.fr - TS OJD	6 304 000	423 000
46	La Redoute	6 292 000	423 000
47	Doctissimo - TS OJD	6 266 000	388 000
48	L Obs - TS OJD	6 231 000	489 000
49	MYTF1 - T	6 213 000	545 000
50	Carrefour	6 203 000	433 000

Source : Médiamétrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – juin 2015 – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Définitions et méthodologie

Groupe ou Parent (P) : Le Parent est un niveau qui consolide l'audience d'un ensemble de marques (Brand). Il est important de noter qu'une brand ne peut être comptabilisée que dans un seul Parent.

Le Parent est la société qui est l'actionnaire principal des brands (et non des URLs) qui lui sont rattachées.

Marque ou Brand (B) : La Brand est le niveau « marque ». Une brand est un agrégat de domaines, de sous-domaines et/ou de pages identifiés par un même logo de façon cohérente et homogène.

Channel (C) : Le Channel désigne une thématique/chaîne. Il rassemble les contenus d'une marque qui ont une même thématique. Ce niveau est un sous-ensemble d'URLs de la Brand recoupant la même thématique (exemple : news, mail, etc.).

Visiteurs Uniques par mois : Nombre total d'individus ayant visité un groupe ou un site au moins une fois pour le mois concerné quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux. Les individus ayant visité le même groupe (ou le même site) plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

Visiteurs Uniques par jour : Nombre d'individus ayant visité un site au moins une fois au cours d'une journée moyenne pour le mois concerné. Les individus ayant visité le même site plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois pour cette journée.

Application Internet : Une application Internet regroupe tout fichier « .exe » repéré par le logiciel et qui a été créée pour être utilisée avec Internet.

- Exemples d'applications Internet : applications de messageries instantanées, applications de lecteurs de contenu audio/vidéo, applications de partage de fichiers média...

- Exemples d'applications non Internet : les logiciels basiques (traitement de texte, logiciels de base de données, etc.), les programmes d'installation, les systèmes d'exploitation ou autres logiciels systèmes (impression, etc.).

La mesure d'audience des sites Internet est hybride depuis les résultats du mois d'octobre 2012. Une notification accompagne le nom des Brands :

- les acteurs ayant participé à la mesure par l'implémentation d'un **T**ag sur au moins 50 % de leur périmètre sont notifiés d'un « **T** »
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé sont notifiés d'un « **TS** » (pour **T**aggé 100 % **S**ite-Centric)
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé et certifié par l'**OJD** sont notifiés d'un « **TS OJD** »

Le Panel France de Médiamétrie//NetRatings

Le Panel France de Médiamétrie//NetRatings s'appuie sur un échantillon de 20 000 individus, recrutés par téléphone et sur Internet, représentatif de la population des internautes âgés de 2 ans et plus, résidant en France et disposant d'un accès Internet à domicile et / ou sur le lieu de travail. La mesure d'audience des sites Internet est hybride depuis les résultats d'octobre 2012. Unique et innovante, la méthodologie hybride consiste à enrichir les données du panel Médiamétrie//NetRatings par des données site-centric issues des mesures certifiées par l'OJD, de la mesure eStat, et d'un tag light proposé aux acteurs ne disposant pas d'une mesure site-centric certifiée. Les informations d'audience et d'usage Internet sont disponibles mensuellement sur plus de 8 000 sites, par cible (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres…), par catégorie de sites (sites d'actualités, sites e-commerce, sites de voyages…) et par lieu de connexion (domicile, lieu de travail, domicile et travail ou tous lieux de connexion).

A propos de Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile et le Cross-Médias. En 2014, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 82,4 M€.

Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Médiamétrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.

Web : www.mediametrie.fr
Twitter : www.twitter.com/Mediametrie
Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contacts Presse :

Nathalie BOUROTTE
Tél : 01 47 58 97 55
nbourotte@mediametrie.fr

Benoît DAVID
Tél : 01 71 09 93 18
bdavid@mediametrie.fr